

PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA - NÂNG CAO SỨC CẠNH TRANH VĂN HÓA TRONG THỜI KỲ MỚI

MAI HẢI OANH

Văn hóa là bộ phận hợp thành quan trọng của sức mạnh tổng hợp quốc gia. Nâng cao sức cạnh tranh quốc tế của văn hóa Việt Nam đòi hỏi phải thực thi “chiến lược phát triển công nghiệp văn hóa”, thông qua sản xuất và truyền bá văn hóa, thúc đẩy kinh tế phân vinh, văn hóa phát triển là hướng đi tất yếu của đất nước.

1 - Nội hàm cơ bản và ý nghĩa quan trọng của sức cạnh tranh văn hóa

Sức cạnh tranh văn hóa là bộ phận quan trọng tạo thành sức cạnh tranh tổng hợp của mỗi quốc gia. Nhìn một cách tổng quát, sức cạnh tranh văn hóa bao gồm bốn phương diện: 1- Sức cạnh tranh sản phẩm văn hóa; 2 - Sức cạnh tranh của doanh nghiệp văn hóa; 3 - Sức cạnh tranh của thương hiệu sản phẩm văn hóa; 4 - Sức cạnh tranh của hình ảnh văn hóa. Bốn phương diện này không tách rời mà luôn luôn gắn bó và thúc đẩy lẫn nhau tạo nên hiệu quả cạnh tranh của văn hóa.

Việc tăng cường hơn nữa sức cạnh tranh văn hóa là một trong những yêu cầu cấp thiết của công cuộc hiện đại hóa đất nước. Để góp phần tạo nên thế và lực mới cho đất nước, tăng cường hơn nữa sức cạnh tranh văn hóa cần phải nhanh chóng trở thành nhận thức chung của tất cả chúng ta, vì nếu chậm trễ, vô hình trung chúng ta sẽ làm suy giảm tốc độ phát triển. Nhận thức trên đây xuất phát từ ba yêu cầu của thực tiễn:

Thứ nhất, trong bối cảnh giao lưu văn hóa ngày càng mở rộng, việc nâng cao sức cạnh tranh văn hóa là mối quan tâm chung của tất cả các quốc gia, vì văn hóa không chỉ là lĩnh vực tinh thần thuần túy mà còn có khả năng đem lại hiệu quả kinh tế, tạo ảnh hưởng khu vực và quốc tế. Tất nhiên, sức cạnh tranh văn hóa cần đến hậu thuẫn quan trọng của công nghiệp văn hóa. So với các nước phát triển, trình độ công nghiệp văn hóa của nước ta hiện nay còn yếu kém, vì thế, phải có chiến lược phát triển đúng đắn và có những bước đi thích hợp để thúc đẩy mạnh mẽ ngành công nghiệp giàu tiềm năng này.

Thứ hai, nâng cao sức mạnh cạnh tranh văn hóa là yêu cầu của thời kỳ chuyển sang nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa. Bên cạnh những tác động tích cực, kinh tế thị trường cũng để lại nhiều ảnh hưởng tiêu cực, đó là sự xuất hiện và lan rộng của tâm lý hưởng thụ, tôn thờ vật chất, lối sống ích kỷ, chạy theo tiền tài mà coi nhẹ các giá trị tinh thần, coi nhẹ văn hóa. Bởi thế, phát triển văn hóa xã hội chủ nghĩa chính là hình thức cân bằng sinh thái, tạo ra tâm

lý thoải mái, yêu đời, lạc quan của mọi người, tạo động lực phấn đấu và cống hiến cho tất cả các thành viên của xã hội.

Thứ ba, nâng cao sức cạnh tranh văn hóa là nhu cầu cần xây dựng toàn diện xã hội dân chủ, công bằng, giàu mạnh. Xã hội giàu mạnh không những là một khái niệm kinh tế mà còn bao hàm cả nội hàm văn hóa. Văn hóa là sự thể hiện tập trung của chính trị và kinh tế xã hội. Với tư cách là lĩnh vực kết tinh sức sống, sức sáng tạo và sức đoàn kết của một dân tộc, văn hóa có khả năng kiến tạo các chuẩn mực đạo đức, lối sống, cách ứng xử văn minh, phù hợp với đạo lý của dân tộc và có khả năng thích ứng với những yêu cầu của xã hội hiện đại.

Như vậy, phát triển văn hóa, như Đảng ta đã nhiều lần khẳng định, là sự nghiệp quan trọng, vì trong thời đại ngày nay, văn hóa chính là mục tiêu, đồng thời cũng là động lực phát triển xã hội. Không thể có sự phát triển lành mạnh, bền vững nếu sự phát triển ấy không gắn liền với văn hóa.

2 - Chọn lựa chính sách và định hướng giá trị phát triển văn hóa thời kỳ mới

Phát triển văn hóa không phải là sự phát triển tự phát mà cần có định hướng rõ ràng. Nghị quyết Trung ương 5 khóa VIII đã đề ra mục tiêu tổng quát là xây dựng nền văn hóa Việt Nam tiên tiến đậm đà bản sắc dân tộc. Đây là định hướng đúng đắn và có ý nghĩa chiến lược lâu dài. Để làm tốt yêu cầu phát triển văn hóa và công nghiệp văn hóa do Đảng ta chủ trương, cần chú ý một số vấn đề quan trọng như sau:

Thứ nhất, nhanh chóng khắc phục xu thế phát triển không cân bằng trong phát triển sự nghiệp văn hóa và công nghiệp văn hóa. Hiện nay đang có sự mất cân đối nghiêm trọng trong việc quy hoạch, đầu tư xây dựng văn hóa giữa nông thôn và thành thị, giữa miền núi và miền xuôi. Để đẩy mạnh sự phát triển và tăng cường sức cạnh tranh văn hóa, vấn đề tối quan trọng là phải gấp rút

xây dựng quy hoạch tổng thể và khoa học nhằm tạo ra sự phát triển cân đối giữa công nghiệp văn hóa Trung ương và địa phương.

Thứ hai, nhanh chóng sử dụng hiệu quả của công nghệ thông tin để điều chỉnh kết cấu công nghiệp văn hóa. Thông qua công nghiệp văn hóa và ưu thế của kỹ thuật số để mở rộng không gian hưởng thụ văn hóa cho đông đảo quần chúng nhân dân.

Thứ ba, mở rộng hơn nữa với thị trường văn hóa quốc tế, biết tranh thủ và thu hút vốn đầu tư nước ngoài một cách hiệu quả, không ngừng mở rộng quy mô và trình độ công nghiệp văn hóa của đất nước, làm cho công nghiệp văn hóa trở thành ngành công nghiệp mũi nhọn, có khả năng đáp ứng đầy đủ nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng văn hóa, kích thích sự sáng tạo của mọi thành viên trong xã hội.

Chúng ta tiến hành xây dựng công nghiệp văn hóa trong bối cảnh trước đó dường như chưa có cơ sở công nghiệp văn hóa nào đạt tới quy mô đáng kể. Tâm lý coi văn hóa là một hình thái tinh thần thuần túy, không gắn kết với kinh tế, không có khả năng tạo ra lợi ích kinh tế vẫn còn bám chặt ở nhiều người. Nhưng kể từ khi chuyển sang kinh tế thị trường, nhất là sau khi Việt Nam gia nhập WTO, ý thức phát triển công nghiệp văn hóa đã trở thành ý thức chung của nhiều người. Sự phát triển công nghiệp văn hóa hiện đại tất yếu gắn liền với sự xuất hiện của các tập đoàn công nghiệp văn hóa tổng hợp đa khu vực, đa ngành nghề. Xuất hiện và gắn liền với sự mở rộng thị trường văn hóa, các tập đoàn văn hóa chủ yếu sẽ vận hành theo hình thức lấy tư bản chứ không lấy quan hệ hành chính hay cơ chế "xin - cho" làm cầu nối. Đi đôi với nhận thức mới mẻ này, việc chọn lựa chính sách và định hướng phát triển công nghiệp văn hóa phải dựa vào những căn cứ quan trọng sau đây:

- Coi trọng mục đích cốt lõi của văn hóa là sáng tạo nên những giá trị tinh thần cao đẹp, phát triển toàn diện con người, làm cho con người được sống trong môi trường lành mạnh, được hưởng hạnh phúc thực sự. Đây là mục tiêu và

cũng là nhiệm vụ quan trọng nhất của phát triển văn hóa xã hội chủ nghĩa ở nước ta. Nếu hiểu như thế thì mục đích của phát triển công nghiệp văn hóa, trước hết là tạo điều kiện cho phát triển sự nghiệp văn hóa giàu tính nhân văn trên cơ sở phồn vinh thị trường văn hóa, sau nữa mới tính đến lợi ích kinh tế. Tuyệt đối không vì lợi ích kinh tế mà quên lãng mục đích bồi dưỡng nhân cách, lý tưởng, lối sống... vốn là những phạm trù cốt lõi của văn hóa. Như vậy, mối quan hệ giữa sự nghiệp văn hóa và công nghiệp văn hóa thể hiện rõ nhất ở chỗ: công nghiệp văn hóa đem lại những lợi ích kinh tế trên cơ sở mở rộng thị trường văn hóa còn sự nghiệp văn hóa có nhiệm vụ sáng tạo ra các giá trị để cung cấp nguyên liệu cho công nghiệp văn hóa. Công nghiệp văn hóa, với ưu thế sản xuất hiện đại, có khả năng mở rộng truyền bá các giá trị văn hóa. Chẳng hạn, những khách du lịch đến Pháp có thể mua những món quà kỷ niệm như biểu tượng của Pari là tháp Ep-phen, hay sang I-ta-li-a mua những biểu tượng về thành Rô-ma, sang Hà Nội mua biểu tượng Chùa Một Cột... Đây là những sản phẩm có thể được sản xuất hàng loạt nhờ công nghiệp văn hóa. Ví dụ nhỏ này cho thấy trong thời đại ngày nay, kinh tế và văn hóa thâm thấu, gắn kết nhau hết sức chặt chẽ.

- Nhanh chóng cải cách thể chế, từng bước đưa văn hóa tiến ra thị trường. Chúng ta tiến hành sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước từ một nền kinh tế tiểu nông lạc hậu, kết cấu hạ tầng nghèo nàn,... Trong suy nghĩ của nhiều người, chỉ cần chú trọng phát triển kinh tế tự khắc đất nước sẽ giàu mạnh, còn phát triển văn hóa là công việc chưa mấy quan trọng. Nhận thức lệch lạc này đã hạn chế sự phát triển của văn hóa, coi văn hóa là lĩnh vực hoàn toàn xa lạ với kinh tế thị trường có nghĩa là không thấy sự gắn bó mật thiết giữa kinh tế và văn hóa. Những quan điểm trên đây khiến cho lĩnh vực văn hóa chậm đổi mới, kinh phí phát triển văn hóa chủ yếu dựa vào cơ chế "xin- cho", chủ trương xã hội hóa văn hóa do Đảng chủ trương chậm đi vào cuộc sống. Để phát triển văn hóa phù hợp, chúng

ta phải vượt lên quan niệm kinh tế thị trường truyền thống, phát huy đầy đủ ưu thế phát triển sau, ứng dụng biện pháp kinh doanh và mô hình kinh doanh kinh tế thị trường hiện đại, đi theo con đường công nghiệp hóa kiểu mới. Hơn nữa, phải ứng dụng khoa học kỹ thuật tiên tiến để không ngừng cải tạo và nâng cấp công nghiệp văn hóa truyền thống, nâng cao hàm lượng khoa học kỹ thuật và hàm lượng phục vụ của sản phẩm văn hóa, thực hiện chuyển đổi thành quả khoa học kỹ thuật tại lĩnh vực văn hóa, nhằm rút ngắn khoảng cách công nghiệp văn hóa nước ta với công nghiệp văn hóa của quốc gia phát triển.

- Kết hợp hài hòa sức mạnh của yếu tố nội sinh và ngoại sinh. Hiện nay công nghiệp văn hóa nước ta đang ở giai đoạn bắt đầu hình thành và phát triển nên việc huy động, kết hợp sức mạnh nội sinh và ngoại sinh là vấn đề đặt ra hết sức cấp thiết. Trước sự ràng buộc của nhiều nhân tố như thể chế, kết cấu, tư bản và chính sách sử dụng con người theo mô hình kinh tế kế hoạch kiểu cũ, để phát triển, công nghiệp văn hóa, một mặt, phải tự động phá rào, phá vỡ chu trình tuần hoàn nhỏ bé và khép kín trong từng ngành nghề, đi vào tuần hoàn lớn xã hội; mặt khác, Nhà nước phải nhanh chóng định ra những chính sách phù hợp, xây dựng môi trường cạnh tranh lành mạnh, có chính sách khuyến khích sự tham gia tích cực của nhiều lực lượng xã hội nhằm phát triển công nghiệp văn hóa, mở rộng việc thu hút tư bản và nhân tài xã hội. Về mặt đối ngoại, chúng ta phải chú trọng hợp lý chính sách thu hút vốn, khoa học, trình độ quản lý, kinh nghiệm xây dựng thị trường văn hóa của nước ngoài... song song với việc tích cực quảng bá văn hóa Việt Nam với thế giới. Cả hai mặt này phải được tiến hành đồng bộ, nhịp nhàng thì mới đem lại hiệu quả như mong muốn.

- Nhanh chóng xây dựng và hoàn chỉnh thị trường văn hóa hiện đại, xây dựng cơ sở pháp lý, các chế tài kinh tế phù hợp với tính đặc thù của thị trường văn hóa. Bên cạnh xây dựng thị trường, phải có chính sách bảo trợ văn hóa, nhất là với khu vực văn hóa công cộng, không sinh

lợi như nhà hát, thư viện, bảo tàng... Làm sao để thị trường văn hóa có đủ năng lực nâng đỡ sự phát triển văn hóa, từ đó, tăng cường sức cạnh tranh văn hóa nhưng không rơi vào tình trạng thương mại hóa văn hóa một cách tràn lan là một bài toán cần được nghiên cứu kỹ lưỡng và nghiêm túc.

Như vậy, bên cạnh việc huy động các nguồn lực khác nhau để tăng cường sức cạnh tranh văn hóa, việc thống nhất hóa các quy tắc, luật pháp cần được coi là xu thế tất yếu của cải cách chế độ quản lý văn hóa nước ta. Mô hình pháp lý văn hóa vốn dĩ do Chính phủ lập ra sẽ dần được mở rộng trên cơ sở tự chủ của các đơn vị văn hóa.

3 - Phát triển doanh nghiệp văn hóa nhiều thành phần sở hữu

Việc nâng cao sức cạnh tranh văn hóa tất nhiên phải dựa vào công nghiệp văn hóa, mà doanh nghiệp văn hóa lại là chủ thể cốt lõi của phát triển công nghiệp văn hóa. Trong nền kinh tế thị trường, doanh nghiệp là người cung cấp, sản xuất và trao đổi các sản phẩm văn hóa nên doanh nghiệp luôn gắn với thị trường. Tuy nhiên, doanh nghiệp muốn trở thành chủ thể kinh doanh hiệu quả cần phải đáp ứng đủ mấy điều kiện nhất định như sau:

- Doanh nghiệp phải có quyền sở hữu rõ ràng, chính xác.

- Doanh nghiệp là thực thể độc lập tự chủ về pháp luật và về kinh tế, nó có các loại quyền lợi cần thiết cho tự chủ kinh doanh và phát triển.

- Có sự bình đẳng giữa các doanh nghiệp, bảo đảm giao dịch công bằng, cạnh tranh công bằng giữa doanh nghiệp nhà nước và tư nhân, doanh nghiệp trung ương và địa phương.

Thực tế đòi hỏi chúng ta phải xây dựng doanh nghiệp nhiều thành phần sở hữu mà cổ phần hóa doanh nghiệp là một bước đi cần thiết. Nó góp phần phá bỏ giới hạn chế độ sở hữu, tích cực thu hút lực lượng xã hội phát triển công nghiệp văn hóa. Đây là một nhiệm vụ quan trọng xúc tiến phát triển công nghiệp văn hóa hiện

nay. Tất nhiên, trong điều kiện nước ta, bên cạnh việc khuyến khích nhiều đơn vị kinh doanh văn hóa tư nhân, các đơn vị văn hóa do Nhà nước quản lý vẫn là những đơn vị nắm giữ vai trò chủ đạo. Với các lĩnh vực đặc biệt quan trọng như phát thanh, truyền hình, báo chí, Đảng ta khẳng định, đây là những lĩnh vực do Nhà nước trực tiếp quản lý, còn các lĩnh vực khác của công nghiệp văn hóa đều cho phép các đoàn thể xã hội, các doanh nghiệp (bao gồm doanh nghiệp văn hóa tư nhân), các tổ chức trong và ngoài nước... tham gia nhằm thu hút tối đa các nguồn lực phát triển văn hóa.

Như vậy, với quan điểm mới về phát triển công nghiệp văn hóa, ở nước ta đang hình thành một cục diện mới, trong đó, các doanh nghiệp văn hóa do Nhà nước quản lý có vai trò chủ đạo, cùng phát triển song song với các doanh nghiệp văn hóa gồm nhiều chế độ sở hữu, kinh doanh đa khu vực, đa ngành nghề... Đây là bước phát triển phù hợp với nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở nước ta hiện nay.

4 - Những vấn đề tăng cường phát triển công nghiệp văn hóa

Trong thời gian qua, công nghiệp văn hóa nước ta chủ yếu phát triển ở những thành phố lớn và khu vực kinh tế phát triển là nơi có nhu cầu tiêu dùng văn hóa lớn. Mặc dù công nghiệp văn hóa đã góp phần hình thành một thị trường văn hóa rộng lớn, nhưng nhìn tổng thể, vẫn còn tồn tại những nguyên nhân cản trở sự phát triển của ngành công nghiệp này như quan niệm lạc hậu, đơn nhất chủ thể đầu tư, hạn chế phát triển ngành nghề và bố trí tài nguyên văn hóa (gồm nhân tài, vốn, kỹ thuật, thông tin,...). Đó là lý do khiến chúng ta chưa huy động hết tài nguyên, vật lực để phát triển công nghiệp văn hóa, thậm chí còn lãng phí rất nhiều tài nguyên văn hóa, chưa tận dụng được sự nhân rộng và tay nghề nhân công... Vì thế, thực tiễn phát triển công nghiệp văn hóa ở nước ta đòi hỏi phải chú ý thích đáng đến một số vấn đề sau đây:

Một là, nghiên cứu và ban hành kịp thời các chính sách, văn bản pháp luật, quy định có khả năng chỉ dẫn sự phát triển của công nghiệp văn hóa. Một hệ thống văn bản chính sách, pháp luật hoàn thiện là bảo đảm quan trọng cho công nghiệp văn hóa phát triển lành mạnh. Mặt khác, khi công nghiệp văn hóa phát triển sẽ nảy sinh những vấn đề mới từ thực tiễn, đòi hỏi có những chính sách kịp thời, có hiệu lực.

Chính sách phát triển công nghiệp văn hóa vừa phải thể hiện một tầm nhìn lâu dài, vừa có khả năng đáp ứng yêu cầu thực tiễn trước mắt. Mới đây, chiến lược phát triển văn hóa Việt Nam đến năm 2020 của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt ngày 06-05-2009 đã nhấn mạnh nhiệm vụ “tập trung xây dựng cơ chế, chính sách và môi trường kinh doanh để phát triển ngành công nghiệp văn hóa”. Để công nghiệp văn hóa phát triển đúng hướng, đòi hỏi pháp luật phải nghiêm minh, các luật về văn hóa vừa phù hợp với thực tiễn Việt Nam vừa phù hợp các thông lệ và công ước quốc tế. Cần nhanh chóng tiến hành việc nghiên cứu để đưa ra biện pháp quản lý vốn phát triển công nghiệp văn hóa, Luật Bảo hộ di sản văn hóa, Luật Xuất bản, Luật Điện ảnh... Phải thông qua những quy tắc thị trường phù hợp, bảo đảm công bằng, hợp lý trong việc bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ, chuyển giao công nghệ, thương hiệu, quản lý các loại ngành, nghề văn hóa theo pháp luật.

Hai là, hoàn thiện chế độ doanh nghiệp, xây dựng mô hình quản lý kinh doanh hiện đại. Quản lý trong thời đại kinh tế tri thức cũng là sức sản xuất. Cạnh tranh của công nghiệp văn hóa trên mức độ rất lớn là cạnh tranh chiến lược, cạnh tranh sắc thái riêng, và cạnh tranh nhân tài... Tất cả những điều đó đều liên quan sống còn với trình độ và nghệ thuật quản lý. Ai có khả năng tạo đột phá, giành được ưu thế về thể chế quản lý, người đó sẽ nắm được cơ may và nhanh chóng đi tới thành công. Sự thành bại của doanh nghiệp cũng phụ thuộc vào nỗ lực hoàn thiện chế độ doanh nghiệp hiện đại. Phải thiết lập một hệ thống quy tắc khoa học có khả năng quy phạm

hành vi doanh nghiệp, có chính sách thực hành tiết kiệm hợp lý nhằm hạ giá thành sản phẩm. Phải phân công và quy định trách nhiệm rõ ràng, có cơ chế khuyến khích, cơ chế trừng phạt răn đe, khuyến khích tài năng, làm cho mỗi người hiểu được vị trí, nhiệm vụ của mình, từ đó phát huy tối đa tiềm năng của mỗi cá nhân trong doanh nghiệp.

Ba là, tối ưu hóa việc sử dụng và bố trí tài nguyên, xúc tiến việc thành lập tập đoàn công nghiệp lớn. Công nghiệp văn hóa muốn chiếm được một vị trí nhất định nào đó trong cạnh tranh quốc tế gay gắt đòi hỏi có sự huy động hợp lý về tài nguyên văn hóa và trình độ hợp tác khu vực, hợp tác quốc tế. Trên thực tế công nghiệp văn hóa thường lấy ngành du lịch làm đột phá khâu, mà du lịch muốn có hiệu quả thì phải khai thác cả chiều rộng lẫn chiều sâu ưu thế văn hóa. Vậy nên phải căn cứ vào tính chất cạnh tranh thị trường, tạo nên sự liên kết giữa các đơn vị kinh doanh văn hóa, lấy đơn vị kinh doanh có nhiều nhân tài, có kỹ thuật hiện đại, có sản phẩm nhãn hiệu nổi tiếng, hiệu quả kinh doanh xuất sắc làm đầu tàu, từng bước thúc đẩy sự phát triển của các doanh nghiệp khác, từ đó, hình thành các tập đoàn công nghiệp văn hóa quy mô lớn, có sức cạnh tranh mạnh mẽ.

Bốn là, tạo sự kết hợp chặt chẽ giữa thị trường với phát triển công nghiệp văn hóa. Trong điều kiện kinh tế thị trường, để mở rộng tái sản xuất công nghiệp văn hóa, nhất thiết phải lấy vốn làm hậu thuẫn. Ở đây, việc học tập kinh nghiệm phát triển công nghiệp văn hóa của quốc gia phát triển để xây dựng một thị trường năng động, hiệu quả cùng với sự hỗ trợ về chính sách thuế hợp lý của chính phủ trở nên vô cùng quan trọng. Để làm được điều đó, trước hết, phải nhanh chóng xây dựng nhiều chủ thể thị trường công nghiệp văn hóa hiện đại và chủ thể đầu tư lưu thông vốn phù hợp với yêu cầu tư bản thị trường, có sức cạnh tranh. Chẳng hạn như thành lập công ty cổ phần kiểm soát công nghiệp văn hóa, công ty kinh doanh tài sản văn hóa, thành lập công ty đầu tư công nghiệp văn hóa... Mặt

khác, phải làm cho tài nguyên văn hóa trở thành loại tài nguyên đầy sức sống, huy động và tổ chức các doanh nghiệp văn hóa quay vòng vốn liên tục, thúc đẩy lưu thông, liên tiếp sản sinh giá trị mới, tạo sự tăng trưởng mạnh mẽ. Chỉ khi nào tạo được sự gắn kết như trên, công nghiệp văn hóa mới đủ sức phát huy tối đa khả năng của nó.

Năm là, cố gắng ở mức cao nhất việc vận dụng kỹ thuật cao nhằm thúc đẩy và nâng cấp công nghiệp văn hóa, nâng cao hàm lượng khoa học kỹ thuật và trình độ phục vụ của công nghiệp văn hóa. “Khoa học kỹ thuật là sức sản xuất thứ nhất”, là động lực của phát triển văn hóa. Sự phát triển mạnh mẽ của công nghiệp văn hóa ở các nước phát triển như Mỹ, Nhật Bản... chính là sự kết tinh của văn hóa kỹ thuật cao. Những nước đi sau như nước ta càng phải biết tận dụng những thành quả của cách mạng khoa học kỹ thuật hiện đại, thực hiện chiến lược “đi tắt đón đầu” hợp lý, nhằm tạo sự bứt phá mạnh

mẽ trong việc xây dựng nền công nghiệp văn hóa hiện đại mang bản sắc Việt Nam.

Sáu là, đổi mới chế độ giao dịch quốc tế, thúc đẩy công nghiệp văn hóa nước ta tiến ra thế giới. Công nghiệp văn hóa là hình thái sáng tạo của cải mới, vì thế, phát triển công nghiệp văn hóa phải nhằm tới mục đích “kép”: thứ nhất, đáp ứng nhu cầu hưởng thụ văn hóa của nhân dân trong nước; thứ hai, thông qua sự mở rộng thị trường thương mại, xuất khẩu văn hóa, quảng bá văn hóa Việt Nam ra nước ngoài. Tất nhiên, không chỉ có ý nghĩa phổ biến các giá trị văn hóa tinh thần, công nghiệp văn hóa còn có khả năng tạo nên hiệu quả kinh tế, nhất là du lịch sinh thái và việc xuất khẩu các sản phẩm văn hóa mang đậm bản sắc dân tộc. Sự hợp tác, giao lưu văn hóa còn góp phần kích thích tăng trưởng công nghiệp văn hóa, và thông qua sự tăng trưởng này mà mở rộng “biên giới” và tầm ảnh hưởng của văn hóa Việt Nam đối với thế giới. □

Developing the culture industry, enhancing competitiveness of culture in the new period

MAI HAI OANH

Our Party has repeatedly asserted that cultural development is an important matter because culture now is both a driving force and a goal of social development. Culture is a soft power, a significant component of the national synergy. We must implement a strategy of cultural development in order to improve competitiveness of Vietnamese culture in the world. The key developmental trend of our country is boosting cultural prosperity and economic development through creation and dissemination of cultural products. For such a goal, the following combined measures must be implemented: 1, Studying and timely issuing policies and legislation to guide the development of culture; 2, Improving the system of enterprises; forming a model of modern business management; 3, Making the best allocation of resources to promote the formation of great groups in the cultural industry; 4, Forming tight relations between the market and cultural development; 5, Increasing expertise of cultural services; 6, Renovating the current format of cultural international exchange to bring Vietnamese culture to the world.